



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

Izquierda y clientelismo en América Latina. ¿Existe una relación en la actualidad?

Trabajo de Fin de Grado

Victoria Villaescusa Orbiso

Tutor: Alberto Penadés de la Cruz

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
MARCO TEÓRICO	4
<i>La izquierda en América Latina</i>	4
<i>Una aproximación a las instituciones informales</i>	6
<i>El funcionamiento del clientelismo</i>	9
<i>Aproximación a un modelo estadístico para descubrir la relación entre izquierda y clientelismo</i>	11
<i>El caso de Argentina</i>	13
<i>El caso de Chile</i>	15
DISCUSIÓN TEÓRICA	17
CONCLUSIONES	21
BIBLIOGRAFÍA	24
ANEXO 1: TABLAS DE RESULTADOS DEL MODELO ESTADÍSTICO USADO.	
CONDICIONES QUE FAVORECEN EL CLIENTELISMO	28
<i>Argentina 2010</i>	28
<i>Argentina 2014</i>	30
<i>Chile 2010</i>	32
<i>Chile 2014</i>	34

INTRODUCCIÓN

América Latina es la región del continente americano caracterizada por el uso mayoritario de lenguas romances debido a su pasado colonial, siendo el mestizaje étnico y cultural una de sus señas de identidad. Su complejo sistema institucional es heredero de las complicadas relaciones establecidas a lo largo de su historia, teniendo en él un gran peso las instituciones informales, entre las que destacan el clientelismo como una de las más enraizadas en la zona. Sin duda, esto ha afectado a su desarrollo político, el cual ha sufrido un camino accidentado, en el que los gobiernos oligárquicos, las revoluciones, las dictaduras y los periodos intermitentes de democracia han sido un continuo *leit motiv*; en concreto, en los últimos años, el socialismo en sus múltiples variantes ha cobrado fuerza en la zona, siendo su rama revolucionaria muy cuestionada en el contexto internacional debido a la implantación de regímenes populistas en los países en los que ha llegado al gobierno. Este contexto ha favorecido que el desarrollo en la región, tanto a nivel económico como social, sea aún un tema pendiente para muchos de sus países.

El escenario político latinoamericano actual puede inducir a juicios de valor equivocados, ya que la visibilidad de los gobiernos populistas puede crear una falsa imagen negativa de la izquierda en toda la región, haciendo que se olvide, por ejemplo, que Chile está gobernado por una coalición socialdemócrata y también pertenece al espectro ideológico de la izquierda. Por otra parte, el carácter personalista de algunos de estos partidos (como el Partido Justicialista en Argentina o el Partido Único Socialista de Venezuela en Venezuela) y la falta de transparencia de las elecciones que la región, denunciada en numerosas ocasiones (Cantón 2013), provocan que el fantasma de prácticas destinadas a la manipulación del voto todavía planeen sobre la región; dentro de éstas, se pueden encontrar numerosas variantes, siendo una de ellas el clientelismo, fuertemente enraizado en la región y que ha llegado a institucionalizarse creando todo un sistema de normas que regulan el comportamiento de los actores que participan en la compra-venta de votos.

El objetivo de este trabajo es aclarar si existe en la actualidad una relación en América Latina entre los partidos de izquierdas y el clientelismo, puesto que el auge de esta ideología y la capacidad de adaptación del clientelismo para sobrevivir a lo largo de los años en la región, hace pensar que es posible una unión entre ambos. Aunque a lo largo del trabajo se irán concretando las definiciones de estos conceptos, antes de continuar es

necesario presentar una breve aclaración de los mismos para evitar caer en errores; así, la izquierda política puede definirse como la ideología que defiende, desde una perspectiva horizontal, la igualdad de los individuos que forman los grupos dentro de una sociedad (Bobbio 1995), mientras que el clientelismo sería una institución informal basada, a grandes rasgos, en la compra-venta de votos. Atendiendo a la realidad latinoamericana, no trataré la izquierda como un conjunto de grupos homogéneos, sino que para evitar que los resultados sean demasiados difusos y generales, distinguiré entre los dos grandes grupos dentro de la izquierda, la rama socialdemócrata y la revolucionaria; esta distinción se basa en que los contextos sociales e institucionales en los que se desarrollan cada una de las variantes son distintas, por lo que es posible que el comportamiento del clientelismo difiera entre ellos.

Si se habla de izquierda, se puede tratar a todos los tipos de izquierda igual, y si se dice que en América Latina el clientelismo está presente en muchas zonas, se puede caer en el error de pensar que ocurre en toda la región de igual manera. Aunque la contribución de este trabajo al tema no sea determinante debido a las limitaciones del mismo (como es el uso de fuentes secundarias ante la imposibilidad de obtener datos propios para el estudio), sí se busca sentar unas bases con las que evitar que lo mencionado antes ocurra. Arrojar un poco de luz sobre el complicado entramado institucional e ideológico de Latinoamérica es fundamental para poder desarrollar una visión crítica de la imagen que nos llega desde allí, lo cual hará más difícil la creación de juicios de valor apresurados.

El método utilizado para la realización de este trabajo ha sido la revisión bibliográfica. Se presenta un cuerpo teórico con el que se pretende contextualizar la problemática de la cuestión aquí planteada: en primer lugar, se expondrá a grandes rasgos las características de la izquierda en Latinoamérica, para continuar abordando el tema del clientelismo, siendo necesario enmarcarlo dentro de las instituciones informales; así mismo, se ha realizado un pequeño modelo estadístico con el que se ha intentado completar y clarificar el comportamiento de las prácticas clientelares en Chile y Argentina, lugares que servirían de ejemplo paradigmático para vislumbrar la existencia de una relación entre la izquierda latinoamericana y el clientelismo. A continuación, comentaré los resultados obtenidos en base a los datos disponibles, con el fin de determinar si realmente existe la relación planteada en un principio. Finalmente, expondré mis conclusiones acerca del tema.

MARCO TEÓRICO

La izquierda en América Latina

América Latina es una de las regiones más desiguales del planeta, con una minoría rica y una mayoría de escasos recursos, siendo la clase media un grupo emergente que aún no ha terminado de consolidarse. Esto, junto con el fin de la influencia de EEUU y su política económica ha hecho que en las últimas décadas la izquierda política haya ganado peso en dicha región (Gratius 2010).

Se pueden emplear diversos criterios para analizar las manifestaciones de la izquierda. Daniel Chávez et al. (2008) proponen partir de una distinción cronológica, diferenciando entre *antigua* y *nueva* izquierda. La primera se desarrollaría entre 1959 (año de la victoria de la revolución cubana) y 1990 (final de la segunda ola revolucionaria latinoamericana, marcada por la derrota electoral sandinista), tratando como homogéneo un grupo claramente heterogéneo al englobar todas las manifestaciones socialistas que se daban en Latinoamérica entre esos años; así, aquí se incluirían partidos comunistas con lazos con la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), gobiernos populistas de corte clásico (como el de Perón en Argentina y Vargas en Brasil), grupos guerrilleros, grupos de izquierda social (representada por sindicatos, comunidades eclesiales, ligas campesinas, etc.) y partidos reformistas alejados de la URSS y Cuba que creían en el cambio desde las instituciones. La heterogeneidad se vuelve a apreciar en la *nueva izquierda*: utilizando como marco la extensión del capitalismo, las crisis económicas mundiales y el descrédito de los partidos tradicionales, se incluye en la misma categoría manifestaciones tan dispares como la socialdemocracia, los populismos y distintos movimientos sociales.

Esta distinción no aporta claridad al análisis de las distintas representaciones de la izquierda que se dan en Latinoamérica. No sólo se encuentran problemas a la hora de intentar encontrar características comunes entre los ejemplos que forman ambas categorías, sino que tampoco existe una escisión evidente entre algunos grupos de la *antigua* y la *nueva izquierda*. Si se dejan de lado los cambios en el contexto histórico, se observa que sigue habiendo socialdemocracia en América Latina y que se podrían establecer lazos entre los populismos de corte socialista de entonces y de ahora. La relevancia que tuvo el populismo en la región entre las décadas de 1930 y 1940 y la que parece que está tomando ahora provoca que no se pueda pasar por alto ésta relación. A

grandes rasgos, el primero fue una respuesta a la oligarquía imperante en América Latina basada en la creación de una alianza entre los distintos gobiernos que prometían una protección social a los que menos tenían y los sectores populares desprotegidos durante años (Walker 2006); en cuando al segundo, al igual que su predecesor, surge en países en los que existe un descrédito de las élites que pasan por alto las necesidades del pueblo, lo que favorece el surgimiento de movimientos personalistas que, una vez en el gobierno, llevan a cabo medidas para convertir al Estado en el principal agente económico y social con el fin de mantener el apoyo popular (Gratius 2007). Así pues, se observa que lejos de crear un marco analítico útil de la izquierda latinoamericana, la distinción cronológica se limita a levantar una barrera entre el antes y el después de la crisis y caída del comunismo.

A nivel analítico, es más correcto categorizar a la izquierda a partir del contenido ideológico de sus distintas manifestaciones. Vilmar Rocha (2008) distingue dos corrientes socialistas en la región: la que sigue la línea de la socialdemocracia, representada por Michelle Bachelet en Chile, que acepta las reglas del juego de la política y la economía de mercado global; y la que sigue la línea del socialismo revolucionario, cuyo ejemplo más claro sería el de Hugo Chávez y Nicolás Maduro en Venezuela, que en vez de adaptarse a las nuevas condiciones globales, mantienen las prácticas nacionalistas y populistas. A pesar de esta escisión dentro de la izquierda, sí es cierto que existen algunos rasgos que comparten, como la lucha contra la pobreza y la desigualdad, y el hecho de ser “menos una izquierda de partidos que de liderazgos personales y movimientos populares” (Gratius 2010: 9).

En relación a esto, se puede encontrar una diferenciación de la izquierda atendiendo al valor que la comunidad internacional da a cada una de las categorías, distinguiéndose entre proyectos democráticos y antidemocráticos. Dentro de los primeros se pueden encontrar distintos ejemplos, como el Partido de los Trabajadores de Brasil, el Frente Amplio de Uruguay o el Partido Socialista de Chile, todos ellos representantes de distintas versiones de la socialdemocracia en América Latina. Aunque los partidos antes mencionados no participaron en la Internacional Socialista de Frankfurt de 1951, en la que se sentaron las bases de la socialdemocracia, sí que comparten sus principios, siendo los más importantes la construcción de la sociedad libre y democrática, la superación del capitalismo por un sistema con primacía de los bienes públicos y la crítica al comunismo al considerarlo un nuevo imperialismo; en definitiva, la

consecución del sistema socialista sin revoluciones, por medio del camino pacífico y aceptando las reglas del juego de la democracia formal (Novoa Portela 2012).

En el extremo contrario, se encuentran aquellos grupos que rehúsan aceptar el *statu quo* económico y político hegemónico, pues consideran que son modelos que no se adaptan a la realidad. Esta postura crítica es vista como un obstáculo al establecimiento de la democracia en Latinoamérica porque impide a los países de la zona alcanzar el desarrollo de los países ricos, además de considerarlo una insensatez que ha de desaparecer (Boron 2008); sin embargo, para los que defienden este giro de la izquierda, estas acusaciones son resultado de la puesta en práctica de una mentalidad y unos conceptos obsoletos, propios de la Guerra Fría, que provocan que la ciencia política hegemónica no sea capaz de reconocer como alternativas estas nuevas manifestaciones que aquí se dan (Monedero, 2008); en este grupo, se encontrarían los gobiernos de la denominada *Tercera ola populista*, es decir, los de Venezuela con Chávez y Maduro, Ecuador con Correa, Bolivia con Morales y Argentina con los Kirchner (Villaescusa Orbiso 2013). Algunas de las condiciones que favorecen el surgimiento del populismo (la falta de consolidación de la democracia, la polaridad de la sociedad o la creación de liderazgos personalistas que unen a los líderes con su electorado, por ejemplo) no sólo provocan que se cuestione su legitimidad y su validez para hacer que los países en los que se da alcancen el nivel de desarrollo de los países hegemónicos, sino que también favorecen el surgimiento de instituciones informales que compiten o completan las formales, como se verá en el siguiente apartado.

Así pues, en la actualidad, América Latina puede considerarse un mosaico con distintas manifestaciones de la izquierda política, en el que lo tradicional y lo innovador tienen su representación; tal como apuntan Daniel Chávez et al., “América Latina es en estos momentos un laboratorio privilegiado para analizar la identidad y la evolución futura de la izquierda y las políticas progresistas de izquierda en la región y más allá de sus fronteras” (2008: 39).

Una aproximación a las instituciones informales

A diferencia de las instituciones formales, que son “reglas y procedimientos creados, comunicados y regulados a través de canales aceptados ampliamente como oficiales” (Helmke y Levitsky 2006: 5), las instituciones informales se mueven fuera de los canales oficiales, por lo que para asegurar su cumplimiento, los actores deben estar

seguros de que la ruptura con las reglas que contiene conlleva algún castigo, ya sea físico o social. El hecho de que las instituciones informales no estén reflejadas en ningún tipo de documento hace que sea difícil su identificación, y usualmente se confunden con otros tipos de entidades, como la cultura o las instituciones débiles, pero éstas suelen estar inscritas dentro de lo formal.

Las instituciones informales afectan de distinta manera a las formales. En cuanto a sus efectos en las instituciones formales políticas, se destaca que en las relaciones entre el ejecutivo y el legislativo se observa que, en los sistemas presidenciales, el ejecutivo prevalece sobre el legislativo gracias a mecanismos no escritos (como ocurre en Chile con sus gobiernos de concertación); también se comprueba que hay instituciones informales que median en las relaciones surgidas de las reglas electorales, como es el caso del clientelismo (esto se puede constatar en Estados Unidos con los extremos ideológicos o en Argentina en las elecciones primarias); finalmente, en el sistema judicial también se pueden verificar comportamientos que provocan que las decisiones tomadas por parte de los jueces tiendan a favorecer a actores involucrados con el poder antes que a las propias leyes, algo común en Argentina (Helmke y Levitsky 2003).

Atendiendo a las relaciones que establezcan las instituciones informales con las formales, se pueden establecer las siguientes razones para su surgimiento: cubrir la necesidad de regulación de comportamientos que las instituciones formales no contemplan (ya sea porque éstas no pueden abarcar todo el espectro de comportamiento o porque se trata de comportamientos condenados desde el punto de vista formal), resolver la dificultad del cambio en las instituciones formales para que incluya nuevos comportamientos, y crear nuevas normas que consigan regular el comportamiento de los actores mejor que las formales. Así pues, la aparición de las instituciones informales puede tratarse como un problema de coordinación, puesto que los actores ven que el poder y los medios están distribuidos de forma desigual, siendo estas instituciones el punto de culminación de los tratos que llevan a cabo los actores para maximizar sus beneficios teniendo en cuenta sus opciones y las estrategias de los demás (Helmke y Levitsky 2006).

El reciente estudio del tema aún no ha dado muchas claves para aprender a distinguir las instituciones informales de su entorno; no obstante, tanto Gretchen Helmke y Steven Levitsky (2003) como Daniel M. Brinks (2006), entre otros, han establecido criterios

para reconocerlas. Para el primer par de autores, lo fundamental es examinar el mutuo entendimiento que los actores tienen de las normas, con el fin de distinguir instituciones informales y patrones de comportamiento informal; tras esto, es necesario determinar en las comunidades en las que surgen para distinguir el grupo relevante, y cuáles son los mecanismos de comunicación y reglamentación de las instituciones, los cuáles suelen estar ocultos. En el caso de Brinks, plantea descubrir la existencia de instituciones informales a través de la respuesta afirmativa a las siguientes preguntas:

- ¿Se observan resultados que concuerdan con la hipótesis de que existe una institución informal?
- ¿Los actores realizan alguna conducta específica para reforzar la conducta reglada informalmente?
- ¿Existe un castigo por parte de agentes relevantes del control social cuando se produce una desviación de la hipotética institución informal?
- ¿El comportamiento que se deriva de esa supuesta existencia es algo observado y no castigado por los poderes oficiales?
- ¿Hay pruebas de que los actores relevantes conocen la norma, anticipan los resultados de la transgresión y guían su conducta conforme a eso?

Por lo tanto, coinciden en la necesidad de distinguir las conductas propias de la institución y en establecer la posible existencia de actores y normas coactivas que aseguren el cumplimiento de las normas por las que se rige la institución informal.

Una vez que se ha constatado la existencia de instituciones informales en un contexto determinado, surge la pregunta de cómo se consigue que los individuos actúen de acuerdo a las normas que éstas establecen si no aparecen reflejadas en ningún documento. Las reglas informales pueden plantearse como un problema de información incompleta, es decir, los actores las cumplirían porque es lo que creen que están haciendo los demás actores que le rodean; en este caso, la expectativa tendría primacía sobre la certeza de su cumplimiento (Stokes 2006).

En América Latina, la región que ocupa este trabajo, en la década de 1990 se realizaron comparaciones entre las políticas institucionales de los distintos países, descubriéndose la existencia de cuestiones imposibles de explicar desde el punto de vista formal, puesto que las reglas que se seguían en los comportamientos de los actores no aparecían en ningún documento (Helmke y Levitsky 2003). Como se ha señalado antes, en los países

americanos se pueden encontrar representaciones de las distintas instituciones informales; la especial resistencia del clientelismo para mantenerse en la región a pesar de los cambios producidos en ella hace que sea de especial interés su estudio.

El funcionamiento del clientelismo

Existe la creencia en gran parte de Latinoamérica de que los ciudadanos y los intereses locales no tienen representación en la política nacional porque los diputados sirven a los partidos y a los líderes y no a sus electores (Taylor-Robinson 2006). Aprovechándose de esto, surge una institución informal que compite con la formal que regula las relaciones entre los políticos y los electores: el clientelismo.

Esta institución se ha definido como “sistema de protección y amparo con que los poderosos patrocinan a quienes se acogen a ellos a cambio de sus sumisión y de sus servicios” (Real Academia Española 2015), existiendo una relación entre ambos basada en el estatus y la tradición. Se diferencia de la democracia de patronazgo en que ésta carece de las relaciones jerárquicas antes mencionadas, pues el Estado es dueño de los bienes y servicios, pudiéndolos distribuir a su antojo (Chandra 2007); asimismo, es necesario contraponerlo a las distribuciones programáticas realizadas desde el Estado en las democracias desarrolladas, las cuales están mediadas por políticas públicas, no por relaciones personales (Desposato 2006). Los componentes que definen una relación clientelar son tres (Kitschelt y Wilkinson 2007):

- Existencia de un intercambio de bienes y servicios directo hacia los votantes cuyo voto se quiere conseguir. En el caso de las medidas programáticas, estos intercambios se hacen de manera indirecta, pues a través de las políticas redistributivas no se conoce la identidad concreta de aquellas personas que saldrán beneficiadas.
- Certeza por parte del político de que quien recibe su *regalo* votará por él. Esto puede causar problemas al político, pues nunca se conoce exactamente el voto de los electores.
- Controlar que los votantes realmente voten al político que da los beneficios para minimizar las posibles pérdidas causadas cuando los votantes no votan al patrón. Cuando se trata de grupos grandes es una tarea ardua, y en ella suelen participar los intermediarios o *brokers* que hacen llegar a los electores los favores del político en cuestión.

El estudio del clientelismo puede abordarse partiendo de la existencia de un mercado político de bienes y servicios en el que se establecerán las relaciones clientelares cuando el político y el cliente maximicen sus beneficios y minimicen sus costes (Müller 2007) o desde el punto de vista de las instituciones electorales delegativas, que crean incentivos para monitorizar las elecciones de los representantes (Lyne 2007). En este trabajo, se seguirá la última línea al considerar que son los contextos institucionales los que favorecen estas prácticas, sin olvidar que el contexto socioeconómico y las características de los votantes determinan el pensamiento maximizador de los votantes a la hora de elegir o no ser partícipes del clientelismo.

Existe unanimidad entre los autores a cerca de contexto que favorece esta práctica: zonas en las que la pobreza, la desigualdad y la falta de oportunidades son manifiestas, en las que los ciudadanos presentan características homogéneas y votan en bloque, además de aquellos lugares en los que el Estado ha experimentado un retroceso que ha dejado sin prestaciones a los ciudadanos, los cuales las encuentran en las redes clientelares (Desposato 2006; Levitsky 2007; Medina y Stokes 2007; Vommaro 2010). En estos contextos, es fácil crear incentivos a la hora de votar que aluden al líder político como persona cercana a sus electores que *sólo* pide lealtad a cambio de solucionar sus problemas, en vez de sobre la base ideológica o de creación de políticas (Taylor-Robinson 2007).

Es imposible ver el clientelismo como una forma de asegurar la redistribución que no puede llevar a cabo el Estado, pues a pesar de que da a quien tiene una necesidad aquello con lo que mejorar su vida en el corto plazo, se basa en el monopolio de los bienes y servicios por parte de un grupo reducido que decide entregarlos condicionalmente; si realmente sirviera para la distribución, la élite perdería su monopolio, por lo que dejaría de ejercer el control sobre el grupo de electores fieles (Medina y Stokes 2007). A las élites clientelares les interesa mantener la desigualdad y la pobreza, ya que la utilidad marginal de las personas que menos tienen es mayor, pudiéndose incrementar su beneficio a un coste bajo por parte de los partidos (Stokes et al. 2013).

Como se mencionó antes, el clientelismo es posible gracias a la existencia de *brokers* que conectan al líder político con el electorado. Estos no son meros intermediarios que transmiten un mensaje entre las partes, sino que son figuras fundamentales para crear y

reproducir las relaciones clientelares. Su función principal es asegurarse que el patrón obtiene más votos que sus rivales, para lo cual, a grandes rasgos, ha de seguir tres estrategias: mantener a los votantes leales, convencer a los votantes que no tienen claro su voto de que tienen que votar al patrón, y evitar que los votantes de los rivales vayan a votar (en el caso de que no consigan convencerles para que cambien su lealtad). En los dos últimos casos, la compra de votos es más que manifiesta, puesto que mientras en uno se paga por ejercer ese derecho, en el otro se paga la abstención. No obstante, su existencia también presentan problemas, puesto que, al igual que los demás actores, ellos buscan su propio beneficio dentro del intercambio; así, por ejemplo, es usual que se queden con parte de los bienes que los líderes políticos les ceden para que compren los votos o que se dirijan a los votantes *leales* al político, ya que el costo de su compra es menor y así pueden obtener un mayor beneficio (Stokes et al. 2013).

Para concluir, es necesario señalar que el clientelismo tiene diversas consecuencias dañinas. A nivel institucional, pone en cuestión la legitimidad de los regímenes supuestamente democráticos en los que se da, puesto que no se puede llevar a cabo un proceso de rendición de cuentas (las políticas que lleven a cabo los candidatos que sean elegidos mediante el proceso clientelar no serán valoradas, como sí lo serán los beneficios que se obtendrán por el voto a éste); por otra parte, las preferencias reales de los votantes no están representadas en las políticas públicas, sino que han sido sobornados para que sus preferencias queden relegadas a los beneficios que los políticos pueden obtener de su puesto. A nivel de los electores, en primer lugar se ataca a su libertad de elección, puesto que se ven obligados a *devolver el favor* a los candidatos que les ofrecen bienes y servicios si les votan, y en segundo lugar, se impide el desarrollo económico, perpetuándose la pobreza y la desigualdad en los lugares en los que se produce (Kitgchelt y Wilkinson 2007; Stokes et al. 2013).

Aproximación a un modelo estadístico para descubrir la relación entre izquierda y clientelismo

A pesar de que las explicaciones teóricas son fundamentales para comprender un fenómeno, éste puede quedar más claro con el empleo de ejemplos, por lo que a continuación se presenta una aproximación de la relación existente entre la compra de votos, las condiciones socioeconómicas que lo favorecen y la izquierda. Llevar a cabo un acercamiento como éste es algo costoso y acarrea numerosas dificultades; algunas de

ellas, junto con la solución tomada, son las siguientes:

- La obtención de datos. En este caso, se usarán las encuestas del Barómetro de las Américas realizados por la Universidad de Vanderbilt en su Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP, en sus siglas en inglés), tomando como variable dependiente la pregunta acerca de si el entrevistado ha recibido algún tipo de beneficio por parte del candidato a presidente del gobierno; la formulación tan directa de esta pregunta puede ser un problema, puesto que es posible que se tienda a la subrepresentación de los casos de intento de compra de los votos para evitar que práctica sea descubierta.
- El grado de amplitud de las variables independientes utilizadas. Al referirse a elecciones nacionales, establecer las zonas con mayor pobreza y desigualdad es más complejo, por lo que se emplearán características personales de los encuestados, como el nivel de estudios, los ingresos y la etnia, que permite localizarlos en distintos grupos sociales. En cuanto a la influencia de la ideología, se tomará el recuerdo de voto y la propia ideología del entrevistado. A pesar de haber empleado un enfoque más institucional en la explicación teórica, el hecho de usar una encuesta de opinión como base de datos impide que se encuentren variables que representen esta dimensión; no obstante, esta falta intentará paliarse con una contextualización teórica del caso.
- La delimitación espacial. Es casi imposible llegar a una conclusión clara si se estudia uno a uno los países latinoamericanos con el objetivo de dilucidar la relación antes mencionada, por lo que se han escogido casos ejemplificantes. Como se ha visto, a grandes rasgos, la izquierda en esta región está dividida en dos grupos, la socialdemocracia y las fórmulas innovadoras, entre las que destaca el populismo; así pues, se ha decidido centrar el estudio en los países que mejor pueden representar esta división, Chile y Argentina.
- La delimitación temporal. El clientelismo es una práctica con gran tradición en la región y en los países escogidos, pero los datos disponibles a cerca de él no se remontan tanto en el tiempo; éste, junto con el hecho de que el fin de este trabajo es establecer la relación entre los factores socioeconómicos, la izquierda y el clientelismo en la actualidad, hace que los años escogidos para comparar la evolución de la compra de votos en ambos países sean 2010 y 2014.

A pesar de estos intentos, la creación del modelo no ha sido todo lo satisfactoria que se esperaba. Es difícil llegar a una conclusión acerca de los resultados, puesto que estos han sido muy dispares; no obstante, se podría afirmar que, en la línea de lo defendido en el trabajo, las características institucionales priman sobre las del votante, puesto que éstas últimas no han bastado para crear un modelo exitoso. A continuación, se muestra un esbozo de los distintos resultados obtenidos en ambos países, llegándose a la conclusión de que tanto el clientelismo como los factores que lo favorecen parecen encontrarse en mayor medida en Argentina que en Chile (para las tablas de resultado, véase Anexo 1).

El caso de Argentina

En Argentina, la informalidad es inherente a los partidos políticos (Freidenberg y Levitsky 2006). Aquí, el Partido Justicialista (y más tarde, el Frente para la Victoria, coalición de partidos que lo incluye), ha sido considerado uno de los máximos exponentes del personalismo en el país. Una de sus características ha sido su fuerte conexión con su brazo sindical, que le acercaba a un sector de personas con grandes necesidades, haciéndole más influyente entre ellos; no obstante, a partir de la década de 1980, la desindicalización del partido comenzó a hacerse manifiesta, cambiándose los vínculos sindicales por los clientelares (Levitsky 2007). Este contexto ha sido empleado por diversos autores para dar cuenta de las condiciones en las que es más probable que el clientelismo surja y cómo éste funciona, siendo uno de los últimos trabajos al respecto el de Susan C. Stokes et al. *Brokers, voters, and clientelism* (2013), en el que se pone de relieve el funcionamiento de las redes de intermediarios.

De cara a los datos usados para esta comprobación, lo primero que hay que señalar es el porcentaje de individuos que afirman haber sido objeto de un intento de compra de votos. En 2010, el 18% de los encuestados contestaban afirmativamente a la pregunta de si alguien le ofreció algún beneficio a cambio de apoyar a un candidato en las campañas electorales de los últimos años (Universidad de Vanderbilt 2010a); en cambio, en 2014, se produce una caída de este porcentaje, llegando al 2,35% de los encuestados (Universidad de Vanderbilt 2014a); aunque es posible que, efectivamente, el clientelismo se redujese, la explicación de tal descalabro seguramente no se encuentre en una menor incidencia de la institución informal, sino en la pregunta a contestar, puesto que en este caso se pregunta específicamente por las últimas elecciones presidenciales de 2011, no en retrospectiva general, como ocurría en 2010.

Antes de esbozar los resultados más importantes, hay que tener en cuenta que el ajuste del modelo es mejorable, puesto que sólo el 30% de los casos podrán inferirse correctamente, lo que indica que habría que considerar otros factores que no se han añadido al modelo. Las conclusiones a las que se llegan son las siguientes:

- En el ámbito de las condiciones socioeconómicas, en ambos casos se observa que la probabilidad de ser objeto de un intento de compra de votos disminuye conforme aumenta el nivel de estudios que la persona tenga. El hecho de pertenecer a una minoría étnica aumenta las probabilidades de caer en las redes clientelares, siendo más notoria la influencia en la encuesta del 2010. En cuanto a los ingresos mensuales de la familia del encuestado, se podría decir que apenas determinan la entrada a las redes clientelares, puesto que el porcentaje que aumenta la probabilidad es mínimo; no obstante, hay que señalar que, mientras en 2010 estos tienen una influencia negativa (es decir, cuanto mayor fueran los ingresos, menos probabilidades existían de que un candidato hubiera intentado comprar el voto del entrevistado), en 2014, la influencia es positiva, aunque prácticamente despreciable.
- En el ámbito político-ideológico, en la encuesta del 2010 la tendencia muestra una ligera correlación positiva entre la probabilidad de haber sufrido un intento de compra de voto y no considerarse de izquierdas; por otra parte, en comparación con aquellos que votaron a Cristina Fernández de Kirchner, la probabilidad de que esto ocurriese era mayor si se había votado a cualquiera de los otros candidatos, siendo mayor entre los que votaron a Roberto Lavagna (líder de Concertación para una Nación Avanzada, coalición de partidos justicialistas pero contrarios al planteamiento kirchneriano). En 2014, se observa que la influencia de la ideología es prácticamente nula, dándose en todo caso una tendencia contraria a la de cuatro años antes, es decir, que existía una probabilidad ligeramente mayor de caer en redes clientelares cuanto más de izquierdas se fuera; en cuanto al voto, respecto a quienes votaron a Cristina Fernández de Kirchner, se dan tres categorías: No existen datos de votantes que se decidieron por Hermes Binner (líder de Frente Amplio Progresista), entre los que votaron a Ricardo Alfonsín (líder de Unión para el Desarrollo Social, también contrario al kirchnerianismo) se observa un pequeño aumento de la probabilidad de haber intentado ser captado por redes clientelares, y entre los

votantes que se decantaron por cualquiera de los otros partidos minoritarios, la probabilidad disminuye.

Así pues, a partir de estos datos, se puede decir que, en los últimos años, el intento de compra de votos por parte de los candidatos se ve más influenciado por factores socioeconómicos que ideológicos o partidistas; no obstante, el hecho de no contar con variables que determinen la estructura institucional, hace que los resultados aquí obtenidos no puedan extrapolarse por completo al resto del trabajo.

El caso de Chile

Cuando se efectúa una revisión bibliográfica acerca de las instituciones informales en Chile, las referencias que se hacen al respecto destacan los acuerdos extraoficiales entre los partidos de izquierdas en contra de los de derecha para presidir el gobierno, como ya se ha visto, pero es muy difícil encontrar una referencia al clientelismo. Los argumentos que desde la literatura se esgriman para explicar esto hacen referencia al mayor desarrollo de Chile, donde la democracia ha conseguido consolidarse en poco tiempo y la socialdemocracia se ha instaurado (Gratius 2010); atendiendo a este aspecto, es de esperar que las políticas programáticas se hayan impuesto sobre las clientelares.

Al igual que se hizo en el caso anterior, partiré del porcentaje de personas que afirman que un líder político ha intentado comprar su voto. Se repite el hecho de que en 2010 el porcentaje de personas que afirman haber sido víctimas de un intento de compra de votos sea mayor que en 2014: 6,4% frente a 2,84%; en comparación con los resultados de Argentina, se puede decir que, aunque de forma general la incidencia del clientelismo en Chile es bastante menor, en las últimas elecciones, hay un porcentaje prácticamente igual de personas que afirman que un candidato le ofreció beneficios a cambio de su voto (Universidad de Vanderbilt 2010b; 2014b).

Entrando en el modelo, hay que advertir que, para el año 2010, el modelo anterior funciona de peor forma que en los otros casos, pues sólo el 17,17% de las observaciones han sido clasificadas correctamente; sin embargo, en 2014 este porcentaje crece hasta rozar el 30%, lo cual lo sitúa al nivel de los resultados obtenido para Argentina. Ante esto, es más correcta la diferenciación por años que por factores:

- En 2010, se observa como el nivel de estudios tiene un efecto negativo en la probabilidad de ser elegido para formar una relación clientelar, es decir, que

cuanto mayor sea el nivel, menos probabilidades se tiene de aquello. Aunque esta tendencia también se sigue entre las personas que se consideran mestizas respecto de las blancas, no se puede decir lo mismo de las personas que se consideran mulatas; en el resto de categorías no hay datos. Los ingresos familiares apenas tienen influencia; en todo caso, se observa una ligera tendencia a tener más probabilidades de ser elegido para obtener beneficios a cambio del voto cuando los ingresos aumentan. La probabilidad de que un candidato haya intentado comprar el voto del encuestado disminuye muy ligeramente a medida que se declare de derechas. En cuanto al voto en las últimas elecciones, he distinguido entre el realizado en la primera vuelta presidencial y en la segunda: en la primera, respecto a Eduardo Frei (representante de izquierdas), la probabilidad de que un líder hubiera intentado comprar el voto del encuestado en algún momento es menor si ha votado a Sebastián Piñera (representante de derechas) o Marco Enríquez-Ominami (miembro del Partido Socialista que se presentó de forma independiente), pero ligeramente mayor si se votó a Jorge Arrate (líder de una coalición de izquierdas); sin embargo, en la segunda vuelta, respecto a los que votaron por Frei, aquellos que votaron por Piñera aumentan sus probabilidades de que se les haya intentado comprar el voto.

- Los datos del 2014 muestran que, en este año en referencia a la última elección presidencial, la hipótesis de que a mayor nivel de estudios, menores probabilidades de caer en el clientelismo no se cumple. No se puede decir nada concluyente sobre la influencia de la etnia, puesto que sólo se tienen datos de aquellas personas que se consideran mestizas frente a las blancas, las cuales tienen ligeramente más probabilidades de que el candidato intente comprarle sus votos. Respecto al nivel de ingresos y a la ideología, sus aportaciones a la probabilidad de ser víctima del clientelismo son prácticamente nulas. A penas se dispone de datos sobre la primera vuelta, aunque se puede decir que, respecto a Marco Enríquez-Ominami, haber votado a Evelyn Matthei (representante de la derecha) o a Franco Parisi (candidato independiente socioliberal) disminuye las probabilidades de un intento de control de voto; en la segunda, respecto a los que votaron a Bachelet, quienes votaron a Matthei mostraban una probabilidad negativa de haber sido tentados con vender su voto.

En definitiva, los estudios teóricos sobre el clientelismo en Chile y los datos empíricos disponibles no son lo suficientemente completos como para determinar cómo éste se desarrolla. Esto podría significar que o bien las estructuras clientelares son capaces de ser ocultadas de forma muy eficaz o, como se viene defendiendo desde la literatura, que realmente no existe una estructura clientelar o, al menos, no de tal magnitud como en otros lugares.

DISCUSIÓN TEÓRICA

El vínculo sobre el que se pretende arrojar luz en este trabajo necesita de un análisis detallado, puesto que es fácil caer en la tentación de establecer una relación entre la izquierda y el clientelismo en Latinoamérica atendiendo a conocimientos vagos que se obtienen de los medios de comunicación y de creencias extendidas. Se ha demostrado que no hay sólo una izquierda y que el clientelismo no es algo que pueda abordarse sin comprender qué son y cómo funcionan las instituciones informales, pero aún no se han comentado los resultados obtenidos.

Como se ha visto, la izquierda en América Latina adopta diferentes formas, teniendo distintas consecuencias para los países. La socialdemocracia es la rama más aceptada por el contexto internacional, pues su conformidad con el *statu quo* asegura que el país tome una dirección similar a la de los desarrollados, cuya hegemonía es manifiesta en el sistema global. Sin embargo, la existencia de voces críticas con el sistema imperante (que en ocasiones han llegado al poder, como en el caso de Venezuela) ha hecho que las alarmas saltasen entre los países hegemónicos y las organizaciones que promueven el sistema actual, pues ven que pueden resultar un problema para el mantenimiento de un orden global. Ahora bien, ¿es este temor justificado o responde a su propio temor acerca del surgimiento de alguien que pueda plantarles cara?

Desde el punto de vista de la izquierda más radical, se podría alegar que el ataque que los regímenes hegemónicos hacen a los socialistas revolucionarios se produce en base al miedo que les crea saber que hay personas que se resisten a caer en las garras del capitalismo neoliberal y seguir las directrices de gobiernos e instituciones económicas que imponen condiciones para que reciban sus *ayudas*, yendo éstas en contra de las personas y favoreciendo a unos pocos; ellos se proclaman libres de cualquier directriz

de corte imperialista (son famosas las nacionalizaciones que llevan a cabo de empresas que explotan sus recursos para llevárselos a los *ricos*), y eso asusta a los *amos del mundo*. Sin embargo, organismos independientes internacionales como Freedom House (2015) y Transparencia Internacional (2015), denuncian que la libertad de esos países es cuestionable y que aún les queda mucho camino por andar para poder ser considerados regímenes desarrollados institucionalmente hablando.

Las acusaciones de personalismo y falta de transparencia en las elecciones de algunos de los países de Latinoamérica (varios de ellos con gobiernos de izquierdas) hace pensar en la existencia de mecanismos ocultos que mueven los hilos de la política en estos lugares. Aunque son numerosos los factores que influyen en esto, aquí se hace referencia a una institución informal con gran presencia en la región a lo largo de la historia, el clientelismo, el cual ha conseguido adaptarse a las circunstancias de cada época.

Hay que ser conscientes de que la realidad social no se puede comprender sin hacer mención a su vertiente informal, esa cuya existencia y funcionamiento no aparecen reflejados en ningún documento pero sin la cual, en muchos casos, no existiría la regulación del comportamiento humano, siendo más difícil la interacción. La existencia de instituciones informales, por otra parte, crea una complejidad inimaginada a la hora de discernir cómo se produce la interacción entre los individuos, y no sólo porque su percepción a simple vista sea complicada, sino que también porque aún no está claro qué es y qué no es una institución informal, como se ha podido ver.

Tal vez, una forma de entender la naturaleza de las instituciones informales sea la comparación de éstas con la idea básica y a grandes rasgos de los juegos del lenguaje que propuso Wittgenstein (1988), los cuales no podían ser definidos propiamente dicho, sino que simplemente se podía apelar a las características que compartían entre sí; asimismo, estos estaban formados por reglas constitutivas (aquellas que definen la esencia del juego y sin las cuales éste no puede existir) y las regulativas (aquellas que controlan que el juego se desarrolle correctamente). De esta manera, todas las instituciones informales tienen en común con las instituciones formales que son organizaciones con unas reglas que controlan un comportamiento; no obstante, para que las primeras puedan ser definidas como distintas de las primeras es fundamental que no aparezcan en ninguno de los canales regulativos oficiales (lo que sería su regla

constitutiva). En cuanto a la dimensión regulativa, lo que determina qué es una institución informal sería, por un lado, la transmisión de sus normas y, por otro, las expectativas que tienen los individuos de que otros siguen esas normas, para así seguirlas ellos. Con esto no se pretende evitar dar una definición de lo que es una institución informal, sino intentar aplicar un esquema con el que aclarar las distintas partes de un concepto que aún está en construcción.

Aunque se ha señalado que lo que favorece la existencia de las instituciones informales es el propio contexto institucional, no hay que olvidar que sin individuos éstas no existirían, pues son los encargados de crearlas y reproducirlas. Cuando el ser humano tiene una necesidad, intenta satisfacerla; si esto ocurre con los bienes y los servicios, ¿por qué no iba a ocurrir con las instituciones? Se ha visto que la informalidad se da en aquellos supuestos en los que las instituciones formales presentan taras en su funcionamiento y no son útiles para los individuos; por tanto, antes de condenar su existencia habrá que cuestionarse hasta qué punto no son sólo la respuesta a un sistema formal inadecuado. Por otra parte, no todas las instituciones informales entorpecen el funcionamiento de las instituciones formales; en Chile, por ejemplo, éstas hacen posible que la democracia funcione al limitar el poder del presidente y a favorecer los acuerdos entre partidos (Siavelis 2006).

Los problemas aparecen cuando las instituciones informales no sólo dañan la calidad de las demás instituciones, sino que atacan las libertades de los individuos. Muchas de éstas se basan en la desigualdad, puesto que una minoría tiene el control sobre unos recursos que otras personas necesitan, usando esa necesidad en su propio beneficio. Como se ha señalado en el marco teórico, el clientelismo pertenecería a esta categoría de instituciones informales que impiden el correcto funcionamiento de las instituciones formales, puesto que compiten con ellas, e incluso puede llegar a condicionar el desarrollo de las zonas en las que se produce al perpetuar la desigualdad y las relaciones asimétricas sin capacidad de cambiarlas.

Ahora bien, ¿y si el clientelismo no fuera tan malo como advierten los teóricos? En primer lugar, aunque compita con el sistema electoral y los medios de representación formales, hace que vote un sector de la población que está desencantada con él y busca más cercanía con los candidatos; ya no se ve una división tan marcada entre los políticos (*ellos*) y los votantes (*nosotros*), sino que se crean vínculos entre ambos. En

segundo lugar, ayuda a las personas a conseguir mejoras en los aspectos materiales de su vida, lo que puede desembocar es una mejora de la calidad de la misma. En tercer lugar, puede dar lugar a la representación de los intereses de grupos de personas que en general quedan excluidos del debate político, sobre todo en las elecciones a nivel regional; los votantes pueden aplicar condiciones a la hora de vender de su voto (como la representación de sus intereses), advirtiéndolo al candidato de que si no obtienen los resultados que le piden, no volverán a votar por él al menos que se gane su confianza a un precio mayor que el anterior. En cuarto lugar, puede asegurar la estabilidad al conseguir el número suficiente de votantes para gobernar sin pactos. En quinto y último lugar, pone de manifiesto la racionalidad de los actores: desde la perspectiva de los candidatos, se aseguran un número de votos que tal vez puedan hacerle ganar las elecciones, y desde la de los votantes, consiguen unos beneficios que tal vez de otra forma no conseguirían.

Ante esto se puede contra-argumentar con lo expuesto en el marco teórico fácilmente, puesto que los argumentos a favor mencionados aquí son difíciles de sustentar, como ya descubrieran Stokes et al. (2013). Sin embargo, uno de esos argumentos contrarios al clientelismo sí es posible de rebatir: Se ha dicho que el clientelismo perpetúa la desigualdad al reproducir la existencia de una élite que monopoliza los recursos junto con un pueblo que no tiene acceso a ellos, mientras que en los lugares donde no existe esta institución, es más fácil conseguir la igualdad. Centrando la vista en Chile (un país sin clientelismo) y a Argentina (un país con clientelismo), se observa que el primero es más desigual que el segundo: Según el índice de Gini (el cual mide la desigualdad de ingresos entre los habitantes de un lugar, siendo 0 la máxima igualdad y el 100 la máxima desigualdad), entre 2003 y 2012, Chile tiene una puntuación de 52,1 sobre 100 y Argentina, de 44,5 sobre 100; asimismo, comparando la razón entre el 20% más rico y el 20% más pobre de cada país se determina que en Chile los primeros tienen una riqueza 13 veces mayor que los segundos, mientras que en Argentina, esta diferencia es dos puntos menor (Organización de las Naciones Unidas, 2015). Aunque en ambos casos son datos alarmantes, según lo expuesto aquí, Chile debería mostrar una desigualdad menor que Argentina, pues no hay evidencia fuerte de la existencia del clientelismo allí, y sin embargo, los datos no lo corroboran; la explicación a esta aparente contradicción puede encontrarse en el nivel de desarrollo de Chile: parece que,

al menos en la actualidad, la unión entre desarrollo y capitalismo ha revertido la tendencia general en la disminución de la desigualdad.

Así pues, antes de realizar un juicio apresurado sobre la relación entre izquierda y clientelismo, sería necesario, primero, constatar hasta qué punto se da esta institución informal y, segundo, saber de qué izquierda estamos hablando, puesto que se ha comprobado que en este aspecto existen diferencias entre la socialdemocracia y el socialismo más revolucionario. Una vez hecho esto, se tendrá la capacidad de afirmar que no existe una relación entre el clientelismo y la izquierda en general, sino que éste afecta a una determinada rama de la izquierda

CONCLUSIONES

No es fácil dar respuesta a la pregunta de si existe una relación entre la izquierda latinoamericana y el clientelismo en la actualidad, puesto que intervienen numerosos factores y cada caso es único, por lo que tendría que estudiarse uno a uno para evitar caer en errores. Sin embargo, dar una respuesta concluyente no es el objeto de este trabajo, sino solamente se busca un primer acercamiento al tema.

En los últimos años se ha producido un auge de los gobiernos socialistas en América Latina; no obstante, la izquierda latinoamericana se caracteriza por su heterogeneidad. Se puede apreciar una evolución de la izquierda acorde al contexto global a lo largo de los años; así, el final de la década de 1980 no sólo fue testigo del desmoronamiento del bloque comunista a nivel mundial, sino que también marca el fin de la izquierda *antigua* y el surgimiento de la *nueva*. Ya en la actualidad, la escisión más importante dentro de la izquierda es la que se produce entre la socialdemocracia (que acepta las reglas del juego global, sin eludir el capitalismo) y la revolucionaria (que se muestra crítica con las formas democráticas y económicas establecidas, por lo que propone el cambio); ésta, a su vez, coincide casi perfectamente con los países democráticos y populistas, respectivamente, lo que ha provocado que el socialismo revolucionario sea objeto de la condena de distintas organizaciones internacionales al considerarlo un impedimento para que las zonas en las que se da alcancen el nivel de desarrollo adecuado.

El hecho de que esta ideología sea la predominante en la región hace pensar que una institución resiliente como el clientelismo puede usarla como nuevo medio de

supervivencia; no obstante, antes de afrontar este tema es importante comprender qué es el clientelismo. Para llevar a cabo esta tarea, primero hay que abordar la naturaleza básica del mismo, estableciendo qué es una institución informal, ya que está formado por normas que regulan las interacciones entre los actores implicados, pero en vez de ser éstas comunicadas por medio de canales oficiales, lo realizan por otros extraoficiales, por lo que determinar su existencia y funcionamiento es muy difícil. A la hora de explicar su surgimiento, se suele señalar al contexto institucional formal como principal causante, ya que es su mal funcionamiento el que provoca que aparezcan instituciones no reconocidas en los medios oficiales con el fin de completarlas o competir con ellas, consiguiendo su éxito a través de la regulación efectiva del comportamiento de los actores que se suscriben a ellas. En muchas ocasiones estas instituciones son condenadas desde los organismos formales por impedir su desarrollo correcto, pero no tienen en cuenta que si las personas apoyan a las primeras puede deberse a que, precisamente, encuentran en ellas la satisfacción de sus necesidades, por lo que si quieren acabar con ellas, deberán convertirse en rivales sólidos; por otra parte, hay que tener en cuenta que no siempre las instituciones informales dañan a las formales y que hay ocasiones en las que las ayudan (como en el caso de Chile, donde facilita el gobierno e impide se caiga en el autoritarismo).

Una vez se conoce la naturaleza del clientelismo, es posible abordar su funcionamiento. Como se ha dicho, esta institución ha estado presente en América Latina a lo largo de su historia, evolucionando con los tiempos para asegurar su pervivencia. No sólo un contexto institucional débil ha favorecido el mercado de votos, sino que la falta de confianza por parte de los ciudadanos acerca de ser representados realmente por los políticos y la gran desigualdad de la región han motivado el surgimiento de una relación jerarquizada entre una élite que monopoliza los recursos y una mayoría que necesita de esos recursos y puede tener la falsa ilusión de que la relación personal con el político facilitará que sus problemas sean escuchados desde el poder; asimismo, para que las relaciones clientelares se desarrollen satisfactoriamente es necesario la existencia de *brokers* que medien en las relaciones, aunque se ha demostrado que en ocasiones estos actores no resultan del todo eficientes. A pesar de que se pueda tener la tentación de esgrimir algún tipo de defensa del clientelismo, esta es difícil de sustentar puesto que los argumentos en su contra son de gran peso, como es el caso del daño que causa a la

democracia al evitar que se manifiesten las preferencias reales de los votantes o el ataque a la libertad de los mismos.

Aunque desde el punto de vista teórico ya se ha señalado que las condiciones que favorecen el clientelismo están presentes en aquellos lugares en los que el socialismo revolucionario consigue llegar al gobierno, no se puede establecer una conclusión sólo con eso. La comprobación empírica del tema en todos los países latinoamericanos es algo de difícil realización, pues las condiciones de cada uno de ellos difieren entre sí, pero sí que se pueden extrapolar los datos de dos casos paradigmáticos que ejemplifican las dos ramas del socialismo: Chile y Argentina. A pesar de que el modelo estadístico aquí expuesto no haya resultado ser todo lo satisfactorio que se esperaba, sí que ha permitido observar que el tipo de izquierda que tenga el poder en un país parece favorecer o no la existencia del clientelismo.

Ante estos datos, ¿se puede decir, por tanto, que existe una relación entre la izquierda y el clientelismo? Como ya señalé en otras ocasiones, no es posible dar una respuesta definitiva, pues para hacerlo es necesario realizar un estudio mucho más complejo y en mayor profundidad. Atendiendo sólo a lo aquí expuesto, la respuesta no es completamente afirmativa, puesto que los distintos tipos de izquierda crean contextos diferentes y no todos reúnen las condiciones necesarias para que el clientelismo se mantenga vivo. Es cierto que la socialdemocracia puede desarrollarse en contextos en los que la desigualdad es imposible de ignorar (como se ha visto con Chile), pero ésta está influenciada por el giro que ha tomado la consecución del desarrollo de la mano del capitalismo en el actual marco de crisis económica y medidas de austeridad; a pesar de esto, la existencia de mecanismos que facilitan la redistribución discrecional dirigida desde el gobierno y realizada en un contexto institucional fuerte y democrático hace posible que este problema llegue a tener solución. Por su parte, el socialismo revolucionario ha creado un caldo de cultivo que favorecería el clientelismo en los países en los que se ha implantado, ya que ha debilitado las instituciones que ya de por sí eran frágiles y ha reforzado las relaciones personales entre los políticos y los ciudadanos. Así pues, no existiría una relación entre el clientelismo e izquierda en general, sino entre éste y el socialismo revolucionario, pues es la corriente que asegura de mejor forma la pervivencia de esta institución informal.

BIBLIOGRAFÍA

- Bobbio, Norberto. 1995. *Derecha e izquierda. Razones y significados de una distinción política*. 2ª ed. Madrid: Taurus
- Boron, Atilio. 2008. “Promesas y desafíos. La izquierda latinoamericana a principios del s. XXI” en *La nueva izquierda en América Latina*, editado por D. Chávez, C. Rodríguez Garavito y P. Barrett. Madrid: Los libros de la catarata
- Brinks, Daniel M. 2006. “The rule of (non)law” en *Informal institutions and democracy: Lessons from Latin America*, editado por G. Helmke y S. Levitsky. Baltimore: The Johns Homkins University Press
- Cantón, Santiago. 2013. “Transparencia electoral, en riesgo en la región”. *Clarín.com*, 6 de mayo de 2013. Obtenido el 10 de junio de 2015. (http://www.clarin.com/opinion/Transparencia-electoral-riesgo-region_0_914308629.html)
- Chandra, Kanchan. 2007. “Counting heads: A theory of voter and elite behavior in patronage democracies” en *Patrons, clients and policies. Patterns of democratic accountability and political competition*, editado por H. Kitschelt y S. I. Wilkinson. Nueva York: Cambridge University Press
- Chávez, Daniel et al. 2008. “¿Utopía revivida? Introducción al estudio de la nueva izquierda latinoamericana” en *La nueva izquierda en América Latina*, editado por D. Chávez, C. Rodríguez Garavito y P. Barrett. Madrid: Los libros de la catarata
- Desposato, Scott. W. 2006. “How electoral institutions shape the Brazilian legislative arena” en *Informal institutions and democracy: Lessons from Latin America*, editado por G. Helmke y S. Levitsky. Baltimore: The Johns Homkins University Press
- Freedom House. 2015. “Regions: Americas”. Obtenido el 8 de junio de 2015 (https://freedomhouse.org/regions/americas#.VXhO0_ntmko)
- Gratius, Susanne. 2007. “La «tercera ola populista» en América Latina”. Working Paper N° 45, Fundación para las Relaciones Internacionales y el diálogo exterior (FRIDE), Madrid

- , 2010. *Reflexiones sobre izquierda y populismo en América Latina*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad de País Vasco
- Helmke, Gretchen y Steven Levitsky. 2003. "Informal institutions and comparative politics: A research agenda". Working Paper N° 307, Kellogg Institute for International Studies, Universidad de Notre Dame, Indiana
- , 2006. "Introduction" en *Informal institutions and democracy: Lessons from Latin America*, editado por G. Helmke y S. Levitsky. Baltimore: The Johns Homkins University Press
- Kitschelt, Herbert y Steven I. Wilkinson. 2007. "Citizen-politician linkages: An introduction" en *Patrons, clients and policies. Patterns of democratic accountability and political competition*, editado por H. Kitschelt y S. I. Wilkinson. Nueva York: Cambridge University Press
- Levitsky, Steven 2007. "Rethinking economics and institutions: The voters's dilemma and democratic accountability" en *Informal institutions and democracy: Lessons from Latin America*, editado por G. Helmke y S. Levitsky. Baltimore: The Johns Homkins University Press
- Lyne, Mona M. 2007. "From populism to clientelism? The transformations of labour-based party linkage in Latin America" en *Informal institutions and democracy: Lessons from Latin America*, editado por G. Helmke y S. Levitsky. Baltimore: The Johns Homkins University Press
- Medina, Luis Fernando y Susan C. Stokes. 2007. "Monopoly and monitoring: An approach to political clientelism" en *Patrons, clients and policies. Patterns of democratic accountability and political competition*, editado por H. Kitschelt y S. I. Wilkinson. Nueva York: Cambridge University Press
- Monedero, Juan Carlos. 2008. "En donde estña el peligro... El desborde de la representación y el surgimiento de alternativas" en *La nueva izquierda en América Latina*, editado por D. Chávez, C. Rodríguez Garavito y P. Barrett. Madrid: Los libros de la catarata
- Müller, Wolfgang C. 2007. "Political institutions and linkage strategies" en *Patrons, clients and policies. Patterns of democratic accountability and political*

- competition*, editado por H. Kitschelt y S. I. Wilkinson. Nueva York: Cambridge University Press
- Novoa Portela, M^a Pastora. 2012. “La socialdemocracia europea”. *Cofactor* 3 (5): 105-130
- Organización de las Naciones Unidas. 2015. “Índice de Desarrollo Humano, 2014”. United Nations Development Programme. Obtenido el 8 de junio de 2015 (<http://hdr.undp.org/en/data>)
- Real Academia Española. 2015. “Significado de Clientelismo”. Obtenido el 8 de junio de 2015 (<http://lema.rae.es/drae/?val=clientelismo>)
- Rocha, Vilmar. 2008. *Fascinación por el populismo*. Río de Janeiro: Instituto Tancredo Neves
- Siavelis, Peter. 2006. “Acomodating informal institutions and Chilean democracy” en *Informal institutions and democracy: Lessons from Latin America*, editado por G. Helmke y S. Levitsky. Baltimore: The Johns Homkins University Press
- Stokes, Susan C. 2006. “Do informal rules make democracy work?” en *Informal institutions and democracy: Lessons from Latin America*, editado por G. Helmke y S. Levitsky. Baltimore: The Johns Homkins University Press
- et al. 2013. *Brokers, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*. Nueva York: Cambridge University Press *Informal institutions and democracy: Lessons from Latin America*, editado por G. Helmke y S. Levitsky. Baltimore: The Johns Homkins University Press
- Taylor-Robinson, Michelle M. 2006. “The difficult road from Caudillismo to democracy: The impact of clientelism in Honduras” en *Informal institutions and democracy: Lessons from Latin America*, editado por G. Helmke y S. Levitsky. Baltimore: The Johns Homkins University Press
- Transparencia Internacional. 2015. “Corruption by country/ Territory”. Obtenido el 8 de junio de 2015 (<http://www.transparency.org/country>)

- Universidad de Vanderbilt. 2010a. “El Barómetro de las Américas: Argentina, 2010”, *Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP)*. Obtenido el 29 de mayo de 2015 (www.LapopSurveys.org)
- , 2010b. “El Barómetro de las Américas: Chile, 2010”, *Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP)*. Obtenido el 29 de mayo de 2015 (www.LapopSurveys.org)
- , 2014a. “El Barómetro de las Américas: Argentina, 2014”, *Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP)*. Obtenido el 29 de mayo de 2015 (www.LapopSurveys.org)
- , 2014b. “El Barómetro de las Américas: Chile, 2014”, *Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP)*. Obtenido el 29 de mayo de 2015 (www.LapopSurveys.org)
- Villaescusa Orbiso. 2013. “La tercera ola populista”, *Aula004.wordpress.com*. Obtenido el 31 de mayo de 2015 (<https://aula004.wordpress.com/2013/05/05/la-tercera-ola-populista-de-america-latina-por-victoria-villaescusa-orbiso/>)
- Vommaro, Gabriel. 2010. “10 años de «¿Favores por votos?». El clientelismo como concepto y etiqueta moral” en *Si éste no es el pueblo: Hegemonía, populismo y democracia en Argentina*, editado por E. Rinesi et al. Buenos Aires: Instituto de Estudios y Capacitación (IEC). Universidad General de Sarmiento
- Walker, Ignacio. 2006. “Democracia en América Latina”, *Foreign Affairs en Español*, 6 (2): 3-24
- Wittgenstein, Ludwig. 1988. *Investigaciones filosóficas*. Barcelona: Instituto de Investigaciones Filosóficas. Crítica

ANEXO 1: TABLAS DE RESULTADOS DEL MODELO ESTADÍSTICO USADO. CONDICIONES QUE FAVORECEN EL CLIENTELISMO

Argentina 2010

VARIABLES INDEPENDIENTES	COEFICIENTE	ODDS RATIO
Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2007 (BV3)- Cristina Fernández de Kirchner (Frente para la Victoria)		
Lilita Carrió (Coalición cívica)	0,0026086	1,002612
Roberto Lavagna (Concertación para una Nación Avanzada)	0,4894807	1,631469
Otro	0,1804716	1,197782
Nivel de estudios (ED)- Ninguno		
Primaria	-1,802282	0,1649221
Primaria/Secundaria	-1,69132	0,1842761
Secundaria/Polimodal	-2,297809*	0, 1004788*
Universitaria/Superior no universitaria	-3,287974**	0,0373294**
Universitaria	-2,12576*	0, 1193422*
Etnia a la que se pertenece (ETID)- Blanca		
Mestiza	0,4059978*	1,500799*
Indígena	1,788806**	5,982307**
Negra	2,71666**	15,12971**
Mulata	-	-
Ideología (L1)	-0,0070777**	1,007103**
Ingresos familiares mensuales (Q10)	-0,0128612**	0, 9872212**
Constante	0,4904863	1,63311

Bondad de ajuste del modelo: LR chi2 (13)= 59,69; Prob>chi2= 0,0000; Pseudo R2= 0,0918

Modelo de regresión logística para variable dependiente “En los últimos años y pensando en las campañas electorales, ¿algún candidato o alguien de un partido político le ofreció algo, como un favor, comida o alguna otra cosa o beneficio a cambio de que

usted votara o apoyara a ese candidato o partido?" (CLIEN1). (n=662). $P > |z|$ * $p \leq 0.06$; ** $p \leq 0.05$; *** $p \leq 0.01$. Coeficientes no estandarizados.

Fuente: Elaboración propia a partir de “El barómetro de las Américas: Argentina, 2010” (Universidad de Vanderbilt 2010a)

NOTA*: Los valores “No sabe” y “No responde” han sido suprimidos de todas las variables.

NOTA:** Los valores “Ninguno” y “No votó” ha sido descartado de la variable “Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2007”

NOTA*:** La variable “Nivel de estudios” ha sido recodificada de la siguiente manera a partir de la variable ED: 0 como “Ninguno”, 1-7 como “Primaria/Primaria EGB”, 8-9 como “Primaria EGB/Secundaria”, 10-12 como “Secundaria/Polimodal”, 13-16 como “Universitaria/Superior no universitaria” y 16-18+ como “Universitaria”

Argentina 2014

VARIABLES INDEPENDIENTES	COEFICIENTE	ODDS RATIO
Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2011 (BV3)- Cristina Fernández de Kirchner (Frente para la Victoria)		
Hermes Binner (Frente Amplio Progresista)	-	1
Ricardo Alfonsín (Unión para el Desarrollo)	0,3983274	1,489332
Otro	-1,567356	0,208596
Nivel de estudios (ED)- Ninguno		
Primaria	-	1
Primaria/Secundaria	-0,8268428	0,4374282
Secundaria/Polimodal	-0,7802731	0,4582809
Universitaria/Superior no universitaria	-1,076209	0,3408852
Universitaria	-0,7340969	0,4799387
Etnia a la que se pertenece (ETID)- Blanca		
Mestiza	0,5310467	1,700711
Indígena	-	1
Negra	-	1
Mulata	-	1
Ideología (L1)	-0,0000134	0,9999866
Ingresos familiares mensuales (Q10)	-0,1.10·e-06	0,9999989
Constante	-2,31464**	0,0988018

Bondad de ajuste del modelo: LR chi2 (9)= 19,04; Prob>chi2= 0,0249; Pseudo R2= 0,1055

Modelo de regresión logística para variable dependiente “Y pensando en las últimas elecciones presidenciales de 2011, ¿alguien le ofreció a usted un favor, regalo o beneficio a cambio de su voto?” (CLIEN1na). (n=679). P>|z| *p≤0.06; **p≤0.05; ***p≤0.01. Coeficientes no estandarizados.

Fuente: Elaboración propia a partir de “El Barómetro de las Américas: Argentina, 2014” (Universidad de Vanderbilt 2014a)

NOTA*: Los valores “No sabe” y “No responde” han sido suprimidos de todas las variables.

NOTA:** Los valores “Ninguno” y “No votó” ha sido descartado de la variable “Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2011”

NOTA*:** La variable “Nivel de estudios” ha sido recodificada de la siguiente manera a partir de la variable ED: 0 como “Ninguno”, 1-7 como “Primaria/Primaria EGB”, 8-9 como “Primaria EGB/Secundaria”, 10-12 como “Secundaria/Polimodal”, 13-16 como “Universitaria/Superior no universitaria” y 16-18+ como “Universitaria”.

Chile 2010

VARIABLES INDEPENDIENTES	COEFICIENTE	ODDS RATIO
Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2009 (1ª vuelta) (BV3)- Eduardo Frei		
Sebastián Piñera	- 0,7480465	0,4732902
Marco Enríquez-Ominami	-0,0732834	0,9293374
Jorge Arrate	0, 6933804	2,000466
Recuerdo de voto en las elecciones Presidenciales 2009 (2ª Vuelta) (CHIVB3A)- Eduardo Frei		
Sebastián Piñera	0,7763519	2,173529
Nivel de estudios (ED)- Ninguno		
Básica	-0,485911	0,6151365
Media	0,7711103*	0,4624993
Universitaria/Superior no universitaria	- 0,4216437	0, 6559677
Universitaria	-	1
Etnia a la que se pertenece (ETID)- Blanca		
Mestiza	- 0,2111711	0,8096355
Indígena	-	1
Negra	-	1
Mulata	0,996188	2,707939
Ideología (L1)	-0,0013076	0,9986933
Ingresos familiares mensuales (Q10)	0,0069542*	1,006978*
Constante	-2,208762 ***	0,1098365***

Bondad de ajuste del modelo:LR chi2 (11)= 12,15; Prob>chi2=0,3525; Pseudo R2= 0,0295

Modelo de regresión logística para variable dependiente “En los últimos años y pensando en las campañas electorales, ¿algún candidato o alguien de un partido político le ofreció algo, como un favor, comida o alguna otra cosa o beneficio a cambio de que usted votara o apoyara a ese candidato o partido?” (CLIEN1). (n=803). $P > |z|$ * $p \leq 0.06$; ** $p \leq 0.05$; *** $p \leq 0.01$. Coeficientes no estandarizados.

Fuente: Elaboración propia a partir de “El Barómetro de las Américas: Chile, 2010” (Universidad de Vanderbilt 2010b)

NOTA*: Los valores “No sabe” y “No responde” han sido suprimidos de todas las variables.

NOTA:** Los valores “Ninguno”, “Otro” y “No votó” ha sido descartado de las variables “Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2009 (1ª Vuelta)” y “Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2009 (2ª Vuelta)”

NOTA*:** La variable “Nivel de estudios” ha sido recodificada de la siguiente manera a partir de la variable ED: 0 como “Ninguno”, 1-8 como “Básica”. 9-12 como “Media”, 13-15 como “Universitaria/Superior no universitaria” y 16-17 como “Universitaria”.

Chile 2014

VARIABLES INDEPENDIENTES	COEFICIENTE	ODDS RATIO
Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2013 (1ª vuelta) (BV3)- Marco Enríquez-Ominami		
Michelle Bachelet	- 3,41255**	0,0329571**
Evelyn Matthei	-1,53868	0,2146642
Franco Parisi	-	1
Ricardo Israel	-	1
Alfredo Sfeir	-	1
Marcel Claude	-	1
Roxana Miranda	-	1
Tomás Jocelyn-Holt	-	1
Recuerdo de voto en las elecciones Presidenciales 2013 (2ª Vuelta) (CHIVB3A)- Michelle Bachelet		
Evelyn Matthei	-0,9676612	0,3799707
Nivel de estudios (ED)- Ninguno		
Básica	0,4993719	1,647686
Media	1,249356	3,488095
Universitaria/Superior no universitaria	1,604473	4,975236
Universitaria	-	1
Etnia a la que se pertenece (ETID)- Blanca		
Mestiza	0,0085072	1,008544
Indígena	-	1
Negra	-	1
Mulata	-	1
Ideología (L1)	-1,50·e-07	0,9999999
Ingresos familiares mensuales (Q10)	5,65·e-07	1, 000001
Constante	-1,323273	0, 2662625

Bondad de ajuste del modelo: LR chi2 (9)=17,43; Prob>chi2=0,0424; Pseudo R2= 0,0889

Modelo de regresión logística para variable dependiente “Y pensando en las últimas elecciones presidenciales de 2013, ¿alguien le ofreció a usted un favor, regalo o beneficio a cambio de su voto?” (CLIENna1). (n=611). $P > |z|$ * $p \leq 0.06$; ** $p \leq 0.05$; *** $p \leq 0.01$. Coeficientes no estandarizados.

Fuente: Elaboración propia a partir de “El Barómetro de las Américas: Chile, 2014” (Universidad de Vanderbilt 2014b)

NOTA*: Los valores “No sabe” y “No responde” han sido suprimidos de todas las variables.

NOTA:** Los valores “Ninguno”, “Otro” y “No votó” ha sido descartado de las variables “Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2013 (1ª Vuelta)” y “Recuerdo de voto de las elecciones Presidenciales 2013 (2ª Vuelta)”

NOTA*:** La variable “Nivel de estudios” ha sido recodificada de la siguiente manera a partir de la variable ED: 0 como “Ninguno”, 1-8 como “Básica”. 9-12 como “Media”, 13-15 como “Universitaria/Superior no universitaria” y 16-17 como “Universitaria”.